

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Конструирование новостей на сайте муниципалитета (на пример сайта администрации города Ставрополя)

Кириллова Евгения Владимировна

Студент

Северо-Кавказский Федеральный Университет, Филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия

E-mail: evgeniya.kirillo@mail.ru

На данный момент все больше организаций используют официальные сайты, где селективная оптимизированная информация, инициированная базисным субъектом PR, помогает сближению, информационному сотрудничеству различных аудиторий. Структурно-содержательные характеристики PR-текстов, опубликованных на этих сайтах, видоизменяется. Текст становится меньше по объему, заголовок формулируется в соответствии с запросом поисковых систем. Структура текста помимо традиционных составляющих – шапки, заголовка, лиди и основного текста [4] – включает также ссылки на корпоративные блоги, подкасты, профиль компании, фото и видеоматериалы (например, www.youtube.com) и т.д. [1]. Для проведения исследования был выбран официальный сайт администрации города Ставрополя (www.stavadm.ru).

Характеризуя содержательную структуру PR-текстов, нами был выбран метод тематического моделирования, т.е. выделение определенного тематического блока из коллекции текстовых документов на основе терминов, которые образуют каждую тему. В ходе анализа нами было выделено четыре тематических блока в соответствии с их содержательным контекстом: спорт, культура; образование; социальная политика.

Блок «спорт» сопровождают такие маркеры (слова), как: «спортивные соревнования», «соревнования», «футбол», «гандбол», «спортивная школа», «спортсмен», «управление физической культуры и спорта» и т.д. Этот блок на сайте представлен нейтральной информацией. Базисный субъект PR – администрация города Ставрополя – в текстах этого блока указывается как спонсор и организатор этих мероприятий.

В блоке «культура» были выделены такие маркеры как: «выставка культурных ценностей», «танцевальные коллективы», различные жанры творчества (пение, танцы, кино и т.д.), «творческий центр», «школа искусств», «комитет по культуре города» и т.д. В текстах этого блока администрация города Ставрополя выступает как один из организаторов или наблюдателем событий описываемых в текстах.

Блоку «образование» сопутствуют такие слова: «школа», «детский сад», «педагог», «ученики», «учебники», название учебных заведений, «комитет образования». В текстах этого блока речь пойдет о процессе и достигнутых результатах воспитания и обучения через школы, колледжи, университеты и другие институты. Здесь базисный субъект PR принимает активное участие, так как это структура на прямую касается политики развития города.

В блоке «социальная политика» выделены такие слова и словосочетания как: «производитель», «здоровье», «транспорт», «бизнес», «сфера труда», «легализация заработной платы», «ЖКХ», «социальная защита», «градостроительство» и т.д. В этом блоке речь пойдет о социальном развитии и социальном обеспечении, то есть о системе проводимых государством мероприятий, направленных на улучшение качества и уровня

жизни региона, а также сфера изучения вопросов касающихся благосостояния, жизнеобеспечения и социальной безопасности населения. Именно этот блок на сайте представлен основной информацией на которую делает упор пресс-служба администрации. В этих текстах говорится о жизнедеятельности города Ставрополя где администрация занимает одно из лидирующих мест.

Таким образом, содержательная специфика PR-текстов на официальном сайте администрации посвящено социальной политике 68% текстов и только 14% спорту, 7% культуре и 4% образованию.

Проанализировав компоненты PR-текстов на официальном сайте администрации, было выявлено, что все тексты содержат: шапку; название PR-структуры, контакты; дату распространения; заголовок; основной текст. Большая часть текстов (73%) содержат лид. Мультимедийные приложения (фотографии, видео, подкасты, гиперссылки и пр.) содержит меньше половины PR-текстов (42%). Из них большая часть текстов содержат фотоматериал (32%), 8% - видео и всего 2% содержит ссылки на другие сайты.

Проведенное исследование показало, что большинство PR-текстов находятся в блоке «социальной политики» и они более формальные, объемные и полно структурированные. PR-тексты «социально политического» блока в 83% содержат лид, что больше чем в остальных тематических блоках. Так что с уверенностью можно сказать, что официальный сайт администрации города Ставрополя содержит достаточное количество нейтральной информации о жизни города, но все, же отображает наиболее важные события, которые связаны с социальным развитием и социальным обеспечением города.

Литература

1. Кочеткова, В.С. Специфика типологии PR-текстов. Медиаскоп, 2010, № 3.
2. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб, 2001.
3. Филатова, О.Г. Электронный PR-текст. СПб., Роза мира, 2010.
4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. М., Дело, 2003.
5. Шляхова, С. С. Русский PR-текст: 100%-ное достижение результата. Ростов н/Д., Феникс, 2009.